

# 新销售月度个人工作计划 销售月度工作计划(优质5篇)

计划是人们在面对各种挑战和任务时，为了更好地组织和管理自己的时间、资源和能力而制定的一种指导性工具。因此，我们应该充分认识到计划的作用，并在日常生活中加以应用。下面是我给大家整理的计划范文，欢迎大家阅读分享借鉴，希望对大家能够有所帮助。

## 新销售月度个人工作计划篇一

本月总目标25万，按照公司的要求分摊到每一击分别为：击10万；第二击8万；第三击7万，现在店面共有店员四人每一击任务已平均分配到每个人身上，确保合理分配，并激励员工按照每天任务向前赶月目标进度。

### 二、人员分配

将店铺每天的工作按照员工特点分配，合理利用人力资源。每人每天至少五名试穿顾客，至少成交两单，提高试穿率及成交率。因2月份是春季新款刚上市的时候，我会组织大家背款号了解货品，积极调整陈列，让顾客感到耳目一新。

作为高端品牌服务是不可或缺、重中之重的，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投拆。

### 三、经营管理

1. 加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2. 因店铺进商场之初没有进行装修及形象设计，希望公司于春节后及时作出升级店面形象的计划，我会积极配合公司做好装修期间一切工作。

3. 利用节假日做文章，多做些促进销售的活动，如新品满额赠礼品等吸引顾客眼球的活动。另外因为我们品牌刚进入天津市场，与其它在天津已成熟品牌竞争缺乏竞争力的主要原因之一就是固定的顾客群，建议公司可以做一些鼓励顾客办理会员的优待政策，如入会有赠品等，我们会紧紧抓住有潜力的顾客，发展成为本品牌会员。

4. 积极抓住大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到热情、贴心的服务。

5. 为了保障完成目标所指定的内部管理制度：

(1) 店铺员工要做到积极维护卖场陈列，新货到店及时熨烫；

(2) 工作时间电话必须静音，且接听私人电话不得超过3分钟；

(3) 无论任何班次必须保证门口有门迎，且顾客进店后必须放下手中任何工作接待顾客。

6. 为了完成目标业绩需上级领导给予货品与活动方面支持，保证每款不断码及大量赠品支持。

(2) 竞争品牌的状况. 主要分析a[]同季度竞争产品的销售情况;b[]消费者的评价(主要考察消费者对产品的品质认可度, 价格认可度, 服务认可度);c[]市场费用投入情况;d[]渠道布置情况(当经销商为地区经销商时, 要清楚其在城区和县城的渠道布置, 即产品通过不同类型渠道的销售情况, 同为饮料, 有时竞争对手在特殊通路卖得比我们好. 例如, 在笔者工作的城市, 银鹭八宝粥在火车站, 汽车站这些特殊渠道的销售情况超过了娃哈哈、洪大妈. 只有关注, 才能够找到原因, 进而

制定突破策略.这就要求我们平时要多多关注竞争品牌,不要到写工作计划时,觉得写不出什么东西来.);e□产品销售网点的数量;重点客户数量及在不同渠道的分布情况;f□二级客户的评价等)

(3)销售团队有战斗力的队伍在销售过程起着十分重要的作用,考察主要竞争品牌的销售队伍在08年相比07年是否有变化,特别要重视团队成员数量的变化,比如,王老吉在06年的销售团队成员数量只有5人,而在07年的人员数量迅速增长到12人,人员增加产生的直接效果是销量有了120%的增长.比较后,必须清楚竞争对手我们相比存在的优势,不要太去关注他们的不足,要看到他们的长处.

(4)去年同期的销售目标及达成状况.如:07年季度a饮料在b地区的销售目标是3万件,结果只完成了2.5万件,一定要弄明白销量没有达到的原因.不要从客观上去找,而要从主观上去分析.比如:终端建设没有做到位,产品陈列面不够充分,业务员没有按照我们的作业标准作业,产品的分销率不够,二级批发的积极性不高.综合一分析,就会发现完全能够完成3万件的销量.因此在制定08年一季度的销售目标时一定要为目标的达到找到充分的支撑点.如:08年一季度a饮料在b地区的销售量为3.5万件.接下来就是要摆论据了.比如,在城区新增加10个有销售能力的二级批发,开发4个乡镇市场,开发特殊渠道.如新开发10个ktv□这样下来你的工作计划就有说服力,上级看了后也很明白,知道你要做的工作是什么,不然那些只有目标而没有支撑目标实现的方法,不仅计划制定者不知道能不能实现,就连主管上级也不知道能不能实现.

1.市场占有率:产品的市场占有率居于同类产品首位,显示出该品牌在市场中的领导地位.

2.消费者认识:在众多消费者心目中,该品牌具有较高的信誉.3企业自身的目标:在饮料方面,求新、求异,拓展市场.

3. 竞争对手分析：统一、娃哈哈、康师傅，是茶饮料市场的主要竞争者，另外，可口可乐、百事可乐、健力宝也相继推出新型茶饮料。他们短期内虽不会对康师傅构成威胁，但是也为康师傅敲醒了警钟。

4. 竞争态势总结：现阶段康师傅茶饮料应该以统一、娃哈哈为主要的竞争对手，但同时也应该看到健力宝等企业的介入是一股不可忽视的力量。

## 新销售月度个人工作计划篇二

为更好的有目标的对公司产品进行销售，完善销售工作的顺利开展；对本月销售工作计划安排如下：

### 一. 市场分析

1. 个人前期对相关竞品的认识，进一步深入了解竞品情况；与公司产品进行取长补短，进一步突出扩大产品优势，从而为公司产品夯实基础。需市场部人员配合。

2. 初步对产品进行优势与机会，劣势与威胁的分析；制定出应图表。整合和优化资源配置，以便与下一步产品销售的准备工作。

### 二. 营销思路

结合市场分析情况，步入市场进行基础销售工作，在市场中再次寻找机会与查找问题；讨论整理出基本的解决方案与应对措施。其次，加强与银联相关工作人员的接触，达到转介绍客户目的，不断扩大认知的客户群，建立关系，从中找到突破口。再者以电话，信件等形势进行宣传销售。

### 三. 销售目标

针对公司指定行业(金融业)拜访15-30家,再以信件方式批量宣传,尽可能的覆盖南昌市30%以上金融业单位.通过以上工作在月底做出产品和客户分类和管理.明确下一步销售策略及方式,找到准客户,目的性销售.其次,在通信和房地产二个行业中找到切入点。

#### 四. 费用预算

依据市场部费用预算。

### 新销售月度个人工作计划篇三

随着我公司在上海地区市场份额的不断扩大,结合本月份的销售情况,考虑到我们面对的客户群体与季节要素,本分店根据总公司的相关要求和文件精神,做出20\_\_年6月份的如下工作部署:要狠抓销售与管理工作的质与量;剖析并细分市场;有效利用公司的品牌形象和资源优势,掌握客户的物质和心理需求,从细节抓起全力以赴,以销售工作带动本区的品牌运作。

#### 1□x月份工作回顾

根据x月份的销售工作总结,市场反映出来的问题如下:

##### 1.1业绩完成情况

时间: 20\_\_年5月1日~20\_\_年5月30日

##### 1.2市场方面

###### 1.1.1客户沟通:

###### (1)工作总结:

(需要回答:

- 1、客户为什么选择买我们的产品;
- 2、客户如何评价我们;
- 3、口碑工作是如何开展的?做得怎么样?
- 4、还进行了哪些促销活动)

(2)问题:

(需要回答:

- 1、产品与客户需求匹配方面存在的问题是什么?
- 2、客户服务方面存存在的问题是什么?
- 3、与客户沟通方面还存在哪些问题?)

1.1.2畅销商品列表及畅销原因:

1.1.3市场动向:

(需要回答:

- 1、商品季节性需求份额与年均月份额比较;
- 2、在上海面包市场的特殊性是什么(消费习惯/消费心理/我告诉的优势)?
- 3、客户潜在的产品需求有哪些?)

1.1.4竞争对手: 竞争对手列表:

对手月动态：

(需要回答：

- 1、本月他们的主打产品及畅销产品是什么？
- 2、本月他们做过哪些促销活动？
- 3、人员调动情况4、下一步行动预测)

优势与不足比较：

(需要回答：

- 1、人员技术水平比较；
- 2、资源(产品、客户)比较；
- 4、管理制度及水平比较；
- 5、客户及营业额比较)

1.1.5客户群体分析：

(需要回答：

- 1、年龄、职业、人流高峰段时间(每天的\_\_点~\_\_点钟)、口味、心理特点等)

1.3管理方面

1.2.1制度管理(员工出勤、奖惩情况)

1.2.2单据和文件管理

1.2.3 进出库商品明细表(见附表1)，特殊产品最低库存量

1.2.4 规范化进出货流程，确保商品完成正确交接、

1.2.5 客户花名册(见附表2)，20\_\_年5月份本店客户的销售曲线示意图(见图1)

1.4 人员变更

5月招进\_\_人，负责\_\_工作；离职\_\_人，负责\_\_工作。\_\_人参加培训，\_\_人因公出差。

2、六月份工作重点及目标

总目标(不排除特殊干扰因素)：实现月总营业额：\_\_万元，比上月增加\_\_个百分点。

2.1 市场方面

2.1.1 加大推动公司品牌形象宣传力度，为本分店营造一个良好的市场文化和竞争氛围。

2.1.2 加大与老顾客以及固定顾客的交流，积极开展与新顾客的沟通工作。高度重视口碑宣传效应。

2.1.3 进一步做好畅销产品的统计分析，积极向总公司反馈我分店所收集的一线资料信息。

2.1.4 加大对竞争对手信息的分析掌握，跟进对手点，强化自我优势。

2.1.5 动员全体员工，在日常工作中多留意各种客户群体的口味、心理及意见评价，积极向总公司反馈我分店所收集的一线资料信息。



## 2.2管理方面

2.2.1严格执行总公司的各项管理制度。

2.2.2认真做好单据和文件管理工作。

2.2.3严格规范商品进出库流程，采取每期单人负责制。

2.2.4做好客户的统计分析。

## 2.3业绩完成计划

时间：20\_\_年6月1日~20\_\_年6月30日

## 2.4人员变更情况及相关应对办法

6月计划招进\_\_人，负责\_\_工作；可能离职\_\_人，负责\_\_工作。

x人请假，由\_\_暂时接替。\_\_人因公出差，由\_\_暂时接管。

## 新销售月度个人工作计划篇四

工作事项销售任务重点工作销售回款服务意识客户沟通计划  
完成工作标准(计划完成工作标准(例)本月完成\_\_笔订单。

本月完成\_\_客户的回款\_\_元。

服务满意度100%，有客户投诉此项为0分。

完成\_\_个电话，\_\_份资料发放，建立\_\_个/\_\_楼盘客户档案。

时间：20\_\_年09月23日

本月工作计划

## 备注

公司一般工作给庆隆刘老师汇报方案并谈合同。联系美利山苏总并看方案和坡岭顿杨老师，跟踪一下老客户并谈下一步事项。一般工作不作为考核指标。

填表说明：填表说明：1、月度工作计划作为月度绩效考核数据主要来源，请详细填写；2、月度工作计划需经直接上级、副总经理、总经理审批通过后执行。

总经理： 副总经理： 直接上级： 员工签字：